



MIKAELIN KOTISIVUOPAS

WWW.MIKAELKYTONEN.COM

Seitsemän vaihetta rakentaa myyvä kotisivu!

Kotisivun suunnittelu ja rakentaminen myyvälle verkkosivustolle vaatii huolellista harkintaa ja suunnittelua. Tässä dokumentissa on seitsemän vaihetta, jotka voivat auttaa sinua luomaan kotisivun, joka houkuttelee ja vakuuttaa kävijät ostamaan.

Muista, että myös kotisivun jatkuvaa optimointia ja testaamista tarvitaan, jotta voit parantaa sen myyntitehokkuutta ajan myötä. Seuraa analytiikkaa ja kävijädataa nähdäksesi, miten kävijät käyttäytyvät sivustollasi ja mitkä osa-alueet vaativat mahdollista parannusta.

Lue tämä dokumentti ajatuksella ja kertaan sen sisältöä säännöllisin väliajoin, niin onnistut kotisivuprojektissasi ja tavoita oikean kohderyhmäsi parhaalla mahdollisella tuloksella.

Nämä on ihan perusasioita ja ehkä juuri siksi ne tuppaa unohtumaan, joten tiedäthän - kertaus on aina opintojen äiti!

Mikael Kytönen

Digital Partner

Sähköposti: info@mikaelkytonen.com

Internet: www.mikaelkytonen.com

Puhelin: [044 952 2429](tel:044-952-2429)

Dokumenttia on päivitetty 18. lokakuuta 2023 (luotu: 12. elokuuta 2023).

Sisällysluettelo

1. Määrittele kohdeyleisösi

Ymmärrä tarkasti, kuka on tavoitteesi asiakas. Tiedä heidän tarpeensa, ongelmansa ja mieltymyksensä, jotta voit räätälöidä kotisivusi sisällön ja visuaalisen ilmeen vastaamaan näitä tarpeita.

2. Selkeä ja houkutteleva arvonlupaus

Kotisivun yläosassa oleva otsikko ja ensivaikutelma ovat tärkeitä. Käytä vahvaa, ytimekästä viestiä, joka kertoo heti kävijöille, mitä hyötyä he saavat tuotteistasi tai palveluistasi.

3. Korosta ratkaisujanne asiakkaiden ongelmiin

Esittele tuotteidesi tai palveluidesi ominaisuudet ja hyödyt, ja liitä ne suoraan kävijän tarpeisiin tai ongelmiin. Kerro, miten voit auttaa heitä saavuttamaan tavoitteensa tai ratkaisemaan ongelmansa.

4. Visuaalisesti houkutteleva ulkoasu

Käytä harkittuja väri- ja kuvavalintoja, jotka tukevat brändi-identiteettiäsi ja välittävät haluamiasi tunteita. Huolehdi siitä, että sivusto on responsiivinen eli toimii hyvin eri laitteilla ja näytön kooilla.

5. Sosiaalista todistusvoimaa

Asiakasarvostelut, suositukset ja käyttäjäkokemukset lisäävät luottamusta. Näytä aitoja asiakaspalautteita ja referenssejä, jotka vahvistavat tuotteidesi tai palveluidesi laadun ja arvon.

6. Selkeä kutsu toimintaan (Call-to-Action, CTA)

Sijoita strategisesti kutsuja toimintaan, kuten "Osta nyt", "Tilaa ilmainen kokeilu" tai "Ota yhteyttä". CTA-painikkeet tulisi erottua visuaalisesti ja ohjata kävijä selkeään toimenpiteeseen.

7. Helppo navigointi ja käyttäjäkokemus

Sivustosi tulee olla helppokäyttöinen ja navigointi selkeää. Varmista, että kävijät löytävät tarvitsemansa tiedot nopeasti ja vaivattomasti. Vähennä häiriötekijöitä ja keskity olennaiseen.

1. Määrittele kohdeyleisösi

Kohdeyleisön määrittely tarkoittaa tarkkaan ymmärtämistä, ketkä ovat ne henkilöt tai ryhmät, joiden ongelmiin tai tarpeisiin tuotteesi tai palvelusi tarjoaa ratkaisun. Tämä vaihe on perusta kaikelle muulle suunnittelulle, koska sen avulla voit räätälöidä viestisi, sisältösi ja visuaalisen ilmeesi vastaamaan juuri näiden ihmisten tarpeita ja odotuksia.

Muutamia kysymyksiä, joiden avulla voit määritellä kohdeyleisösi:

Kuka on tyypillinen asiakkaasi?

Ikä, sukupuoli, ammatti, sijainti jne.

Mitkä ovat heidän tarpeensa, ongelmansa tai tavoitteensa?

Millaisiin ongelmiin he etsivät ratkaisua tai mitä tavoitteita he pyrkivät saavuttamaan?

Millainen on heidän ostokäyttäytymisensä?

Miten he tekevät päätöksiä ja mitkä tekijät vaikuttavat heidän ostopäätöksiinsä?

Mistä he hakevat tietoa ja ratkaisuja?

Käyttävätkö he enemmän somea, hakukoneita, foorumeita vai muita kanavia?

Esimerkki puhutella kohdeyleisöäsi:

“Tämän tiedon perusteella voit räätälöidä kotisivusi niin, että se puhuttelee suoraan kohdeyleisöäsi. Voit valita kuvat, sanavalinnat, esimerkit ja tarinat, jotka resonoi heidän kokemuksiinsa ja tarpeisiinsa. Tämä tekee sivustostasi paljon vaikuttavamman ja houkuttelevamman juuri niille ihmisille, joille haluat viestisi suunnata.”

2. Selkeä ja houkutteleva arvonlupaus

Arvonlupaus on ytimekäs viesti, joka kertoo kävijälle heti, miksi heidän tulisi kiinnostua sivustostasi ja mitä hyötyä he saavat tuotteistasi tai palveluistasi. Se on ensimmäinen asia, jonka kävijä näkee saavuttuaan sivustollesi, joten sen tulisi olla selkeä, houkutteleva ja tarttua huomioon.

Parhaan mahdollisen arvonlupauksen luominen vaatii seuraavia elementtejä:

Selkeys: Vältä monimutkaisia sanoja tai liian pitkiä lauseita. Arvonlupauksen tulisi olla helposti ymmärrettävä ilman, että kävijän tarvitsee pinnistellä.

Hyödyt: Kerro suoraan, mitä kävijä saa. Korosta etuja, joita he voivat saavuttaa käyttämällä tuotteitasi tai palveluitasi. Mikä tekee niistä erityisiä ja arvokkaita?

Ainutlaatuisuus: Miten tuotteesi tai palvelusi eroaa kilpailijoista? Mitä erikoista voit tarjota? Tämä voi olla ainutlaatuinen ominaisuus, prosessi tai lähestymistapa.

Tunteet: Käytä sanoja, jotka herättävät tunteita. Voit luoda innostusta, uteliaisuutta tai jopa ratkaisevuutta kävijässä arvonlupauksen avulla.

Esimerkki arvonlupauksesta:

"Muuta aika stressittömäksi luomalla tyylikkäitä ruokailuhetkiä – Löydä laadukkaat astiat ja tarvikkeet, jotka tekevät jokaisesta ateriasta nautinnon!"

Tämä arvonlupaus korostaa aikasäästöä, tyyliä ja nautintoa, ja se on suunnattu ihmisille, jotka haluavat tehdä ruokailuhetkistään erityisiä ja vaivattomia.

3. Korosta ratkaisujanne asiakkaiden ongelmiin

Tämä vaihe keskittyy tuotteidesi tai palveluidesi ominaisuuksien ja etujen esittelemiseen kävijän tarpeiden tai ongelmien näkökulmasta. Tavoitteena on luoda yhteys kävijän ja tarjoamasi ratkaisun välille.

Käytä seuraavia vinkkejä korostaaksesi ratkaisuja ongelmiin:

Personointi: Puhu kävijän tarpeista ja haasteista. Osoita ymmärrystä heidän tilanteestaan ja anna heille tunne siitä, että tarjouksesi on räätälöity juuri heille.

Käytännössä: Näytä, miten tuotteesi tai palvelusi voi konkreettisesti auttaa kävijää ratkaisemaan ongelmansa tai saavuttamaan tavoitteensa. Käytä esimerkkejä ja tarinoita havainnollistamaan.

Visuaalisuus: Käytä korkealaatuisia kuvia, videoita tai grafiikkaa, jotka havainnollistavat, miten tuote tai palvelu toimii käytännössä. Visuaaliset esimerkit voivat auttaa kävijöitä hahmottamaan, miten tarjous voi hyödyttää heitä.

Vertailut: Jos mahdollista, vertaa tuotettasi tai palveluasi muihin vaihtoehtoihin markkinoilla ja korosta ainutlaatuisia etuja, joita tarjoat. Voit käyttää grafiikkaa tai taulukoita helpottamaan vertailua.

Hyödyt: Korosta, miten tuotteesi tai palvelusi voi helpottaa kävijän elämää, säästää aikaa, rahaa tai vaivaa, tai tuoda heille iloa ja mukavuutta.

Esimerkki ongelmapainotteisesta viestistä:

"Kun aikasi on kortilla ja päivät kiireisiä, voimme auttaa sinua saavuttamaan terveellisen ruokavalion tavoitteeseesi. Tyylikkää, valmiiksi suunnitellut ateriat tarjoavat ravitsevan vaihtoehdon ilman valmistuksen vaivaa – anna meille tilaisuus auttaa sinua syömään terveellisesti, vaikka olisit kuinka kiireinen tahansa."

Tämä viesti keskittyy kiireisen elämän haasteisiin ja tarjoaa ratkaisun terveellisen ruokavalion ylläpitämiseen helposti.

4. Visuaalisesti houkutteleva ulkoasu

Kun kävijä saapuu kotisivullesi, visuaalinen ilme on ensimmäinen asia, joka välittyy heille. Visuaalinen houkuttelevuus ja selkeys ovat avainasemassa, jotta kävijät viihtyvät sivustolla ja saavat positiivisen ensivaikutelman.

Tässä joitakin seikkoja, jotka liittyvät visuaaliseen ilmeeseen:

Brändi-identiteetti: Käytä yrityksesi tai brändisi värejä, fontteja ja logoa yhtenäisesti sivustolla. Tämä auttaa luomaan ammattimaisen ja yhtenäisen ilmeen.

Laadukkaat kuvat: Käytä korkealaatuisia kuvia ja grafiikkaa, jotka tukevat tarinaa tai viestiäsi. Kuvien tulisi olla teräviä, houkuttelevia ja liittyä suoraan tarjoukseen.

Selkeys ja yksinkertaisuus: Vältä liikaa häiriötekijöitä. Sivustosi ulkoasu tulisi olla selkeä ja helposti luettava. Käytä runsaasti tyhjää tilaa ja harkittuja visuaalisia elementtejä.

Responsiivisuus: Varmista, että sivustosi näyttää hyvältä ja toimii moitteettomasti eri laitteilla, kuten pöytätietokoneilla, kannettavilla tietokoneilla, tableteilla ja älypuhelimilla.

Käyttäjystävällisyys: Tee navigaatio helpoksi ja intuitiiviseksi. Kävijän tulisi löytää tarvitsemansa tiedot nopeasti ja vaivattomasti.

Viestinnällinen selkeys: Käytä vähäeleisiä animaatioita tai grafiikkaa selittämään monimutkaisempia käsitteitä tai prosesseja, jos se auttaa viestin ymmärtämistä.

Esimerkki visuaalisesti houkuttelevasta ulkoasusta:

“Kuvittele kotisivu, jolla on valkoisen taustan ympäröivät tyylikkääts kuvat terveellisistä aterioista ja hymyilevistä ihmisistä nauttimassa niistä. Yläosassa näkyisi yrityksesi logo ja selkeästi muotoiltu arvonlupaus isolla, helposti luettavalla fontilla. Sivuston värimaailma tukee brändisi päävärejä ja luo raikkaan ja houkuttelevan tunnelman.”

5. Sosiaalista todistusvoimaa

Sosiaalinen todistusvoima viittaa siihen, että esität sivustollasi todisteita siitä, että muut ihmiset ovat hyötynneet ja olleet tyytyväisiä tuotteistasi tai palveluistasi. Tämä auttaa luomaan luottamusta kävijöiden mielissä ja vakuuttaa heidät siitä, että tarjouksesi on laadukas ja luotettava.'

Tässä on joitakin tapoja käyttää sosiaalista todistusvoimaa:

Asiakasarvostelut ja suositukset: Näytä aitoja asiakaspalautteita ja suosituksia, joissa käyttäjät kertovat positiivisista kokemuksistaan tuotteidesi tai palveluidesi kanssa.

Käyttäjäkuvat ja tarinat: Jos mahdollista, sisällytä kuvia tai tarinoita asiakkaista, jotka ovat hyötynneet tarjouksestasi. Ihmiset voivat helpommin samaistua muihin oikeisiin ihmisiin.

Sertifikaatit ja palkinnot: Jos olet saanut tunnustusta tai palkintoja, esittele niitä sivustolla. Tämä vahvistaa tuotteidesi tai palveluidesi laadun.

Luvut ja tilastot: Jos sinulla on vaikuttavia tilastoja, kuten "Yli 10 000 tyytyväistä asiakasta", voit käyttää näitä todisteena suosioistasi.

Some-seuraajamäärät: Jos sinulla on vahva seuraajayhteisö sosiaalisessa mediassa, voit esittää seuraajamäärät luodaksesi vaikutelman suosiosta.

Esimerkki sosiaalisesta todistusvoimasta:

"Yli 5000 tyytyväistä asiakasta ympäri maailmaa on jo kokenut terveellisen elämäntyylin muutoksen kanssamme. Lue heidän tarinansa ja näe, miten [Tuote/Palvelu] auttoi heitä saavuttamaan tavoitteensa!"

Tämä viesti osoittaa, että tuotteella tai palvelulla on laaja vaikutuspiiri ja antaa kävijöille mahdollisuuden lukea aitoja tarinoita muiden asiakkaiden kokemuksista.

6. Selkeä kutsu toimintaan - Call-to-Action (CTA)

Kutsu toimintaan (CTA) on ohje tai painike, joka kannustaa kävijöitä tekemään haluamasi toimenpiteen. Tämä voi olla esimerkiksi tuotteen ostaminen, yhteydenotto, tilauksen tekeminen tai ilmoittautuminen. CTA:n tarkoitus on ohjata kävijä eteenpäin ostoprosessissa tai tavoitteesi saavuttamisessa.

Miten luoda tehokas CTA:

Selkeys: CTA:n viesti tulisi olla ytimekäs ja selkeä. Kävijöiden tulisi ymmärtää välittömästi, mitä tapahtuu, kun he klikkaavat painiketta.

Toimintakehote: Käytä toimintaa ohjaavaa kieltä. Esimerkiksi "Tilaa nyt", "Lue lisää", "Aloita ilmainen kokeilu" ovat kaikki esimerkkejä toimintakehoista.

Korostus: Tee CTA visuaalisesti erottuvaksi. Käytä huomiota herättäviä värejä ja muotoilua, joka houkuttelee klikkaamaan.

Sijoittelu: CTA tulisi sijoittaa strategisesti niin, että se on helposti löydettävissä ja silmälävissä sivun olennaisilta osilta. Usein CTA on sijoitettu yläosan, keskiosan ja sivun alareunan strategisiin kohtiin.

Kiireellisyys ja houkuttelevuus: Jos mahdollista, lisää CTA:han elementtejä, jotka luovat kiireellisyyden tuntua tai tarjoavat lisäkannustimia. Esimerkiksi "Rajoitettu aika tarjous" tai "Ilmaiset vinkit" voivat houkutella kävijöitä.

Esimerkki tehokkaasta CTA:sta:

"Ratkaise arjen ruokahuolet helposti! Tilaa ilmainen kokeilu ja aloita terveellisempi elämäntapa jo tänään!"

Tämä CTA yhdistää ilmaisen kokeilun tarjoamiseen ja terveellisen elämäntavan houkuttelevuuteen, mikä voi kannustaa kävijöitä tarttumaan toimeen.

7. Helppo navigointi ja käyttäjäkokemus

Kotisivun helppo navigointi ja positiivinen käyttäjäkokemus ovat olennaisia tekijöitä, jotka vaikuttavat siihen, kuinka kävijät kokevat sivustosi ja kuinka helposti he voivat löytää tarvitsemansa tiedot.

Tässä on joitakin vinkkejä navigoinnin ja käyttäjäkokemuksen parantamiseen:

Selkeä rakenne: Organisoisi sisältö loogisiin osioihin ja ryhmiin. Päävalikkojen ja alavalikoiden avulla kävijät voivat helposti siirtyä haluamaansa sisältöön.

Hakutoiminto: Jos sivustollasi on paljon sisältöä, lisää hakutoiminto, joka auttaa kävijöitä löytämään tiettyjä asioita nopeasti.

Responsiivisuus: Varmista, että sivusto toimii moitteettomasti erilaisilla laitteilla ja näyttökoilla. Kävijöiden tulisi voida selata sivustoasi saumattomasti niin pöytätietokoneella, tabletilla kuin älypuhelimellakin.

Nopeus: Sivuston latausajan tulisi olla nopea. Pitkät latausajat voivat johtaa kävijöiden kärsimättömyyteen ja sivuston hylkäämiseen.

Selkeys ja vähemmän on enemmän: Vältä liikaa tekstiä yhdellä sivulla. Käytä selkeitä otsikoita, kappalevälejä ja luettelomuotoja helpottamaan sisällön hahmottamista.

Testaus: Testaa sivustosi eri käyttäjillä saadaksesi palautetta siitä, miten he kokevat navigoinnin ja käyttökokemuksen. Näin voit tunnistaa mahdolliset ongelmat ja tehdä tarvittavat parannukset.

Esimerkki hyvästä navigoinnista ja käyttäjäkokemuksesta:

“Päävalikko selkeine kategorioineen ja alavalikot tukevat helppoa siirtymistä sivuston eri osioiden välillä. Hakutoiminto on helposti saatavilla ja tukee kävijöitä tarkentamaan hakuun. Sivusto latautuu nopeasti ja responsiivinen design varmistaa optimaalisen käyttökokemuksen niin tietokoneilla kuin mobiililaitteilla.”



Lopuksi, luodessasi kotisivua, joka myy...

On tärkeää pitää mielessä kävijöiden tarpeet ja odotukset. Huolellinen suunnittelu, selkeä viestintä, visuaalinen houkuttelevuus ja vakuuttavat todisteet voivat auttaa luomaan sivuston, joka herättää kiinnostusta, luottamusta ja toimintaa.

Muista jatkuvasti seurata sivustosi suorituskykyä ja kuunnella kävijäpalautetta, jotta voit jatkuvasti parantaa sivustosi myyntitehokkuutta. Tavoitteena on tarjota kävijöille arvoa ja ratkaisuja, jotka saavat heidät palaamaan sivustollesi yhä uudelleen.

Onnea sivuston suunnittelussa ja menestyksestä myyntiä!

Mikael Kytönen

Digital Partner

Sähköposti: info@mikaelkytonen.com

Internet: www.mikaelkytonen.com

Puhelin: [044 952 2429](tel:044-952-2429)

Dokumenttia on päivitetty 18. lokakuuta 2023 (luotu: 12. elokuuta 2023).